

FORMATION TÉLÉPHONE : RÉCEPTION D'APPELS

Vendre des produits additionnels en réception d'appels

TEL.14

PUBLIC CONCERNÉ

- Téléconseillers
- Télévendeurs
- Commerciaux

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Exposé interactif, alternance d'apports et de réflexions des participants
- Echanges d'expériences
- Exercices pratiques, études de cas, jeux de rôle bâtis à partir de situations réelles proposées par les participants
- Coaching sur poste
- Élaboration d'un Plan Personnel de Progrès
Recherche des axes de progrès techniques et comportementaux
Mise en application des nouveaux acquis

FORMATION INTRA

Prix HT par Jour : 1340€
Durée conseillée : 2 jours
Participants : 8

FORMATION INTER

Prix HT par session : 1 020€
Durée : 2 jours
Dates des sessions :
06/10/2010 - 07/10/2010
07/12/2010 - 08/12/2010

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Développer le chiffre d'affaires des téléconseillers en perfectionnant leurs techniques commerciales
- Vendre des produits complémentaires
- Construire un argumentaire produit
- Réponses aux objections

PRÉ-REQUIS

- Avoir quelques notions commerciales

PROGRAMME

- Le plan d'entretien en réception d'appel

Cross-selling et up-selling
Structurer les étapes d'une télévente
Structurer les étapes d'une télévente intégrant la vente additionnelle

- Obtenir l'attention du client

La personnalisation du contact
L'assertivité au téléphone
Proposer avec naturel et aisance des produits additionnels

- L'argumentation

L'argumentation convaincante (choisir les arguments)
Le vocabulaire approprié
Présenter une proposition de façon claire

- La réfutation des objections

Qu'est-ce qu'une objection ?
Comment réfuter une objection ?
Les réponses aux objections classiques d'achat de produits additionnels (report, prix, quantité, etc.)

CENTRE NATIONAL DE LA FORMATION - CONSEIL EN ENTREPRISE CNF - CE
38 RUE DES MATHURINS PARIS - AGENCE DE MARNE LA VALLEE : 01.64.21.09.94
Internet : www.cnfce.com E-mail : info@cnfce.com - FAX : 01.64.72.03.69

• **La conclusion**

Savoir quand et comment conclure

Reformuler la confirmation de l'engagement du client